

# Management Insight

## Jurnal Ilmiah Manajemen

**Lizar Alfansi**  
**Fachri Eka Saputra**

Rekonseptualisasi Konstruk Orientasi Layanan Organisasi  
Pada Sektor Perbankan Kota Bengkulu

**Trisna Murni**  
**Sri Warsono**

Revitalisasi Budaya Kerja untuk Menciptakan Kelestarian  
Lingkungan, Kemampuan Berwirausaha, Peningkatan  
Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Kawasan Hutan  
di Kabupaten Bengkulu Utara

**Chairil Afandy**

Pengaruh Manajemen Aset Terhadap Optimalisasi Aset  
Tetap (Tanah dan Bangunan) Pemerintah Daerah (Studi di  
Kota Bengkulu)

**Rina Suthia Hayu**

Pengaruh Tiket *Online (E-Ticketing)* dan Harga Tiket Murah  
pada Penerbangan Lion Air terhadap Minat Konsumen  
Menggunakan Jasa Transportasi Bus PO. SAN Bengkulu

**Muhammad Ikbāl**  
**Nurmadi Harsa**  
**Berto Usman**

Pengaruh *Audit Delay, Size, Profitability*, dan *Age* terhadap  
Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan pada Perusahaan  
Manufaktur di Bursa Efek Indonesia

**Angga Kurniawan**  
**Syamsul Bachri**

Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada KFC Jl. Soeprapto Kota  
Bengkulu (*Aplikasi Quality Function Deployment*)

**Lisa Martiah Nila Puspita**  
**Rosita**

Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Sikap pada Perubahan  
Organisasi: Komitmen Organisasi sebagai Intervening (Studi  
Empiris pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Bengkulu)

**Isma Coryanata**

Komitmen Organisasi, Desentralisasi dan Budaya Organisasi  
terhadap Hubungan Partisipasi Anggaran dengan Senjangan  
Anggaran

**Jurusan Manajemen**

**Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Bengkulu**



# Management Insight

## Jurnal Ilmiah Manajemen

ISSN 1978-3884



Penanggung-jawab : Dr. Ridwan Nurazi, SE., M.Sc., Ak.

Ketua Dewan Editor : Rina Suthia Hayu, SE., MM

Dewan Editor : 1. Prof. Dr. Kamaludin, SE., MM  
2. Dr. Drs. Syaiful Anwar AB., SU.  
3. Dr. Efed Dartta Hadi, SE., MBA.  
4. Dr. Drs. Darmansyah, MM.

### Dewan Pakar:

- |   |  |
|---|--|
| 1. Prof. Lizar Alfansi, SE., MBA., Ph.D.      | Universitas Bengkulu                   |
| 2. Prof. Dr. H. Suryana Sumantri, S.Psi., MT. | Universitas Padjadjaran Bandung        |
| 3. Prof. Dr. H. Moeljadi, SE., M.Si., M.Sc.   | Universitas Brawijaya Malang           |
| 4. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D.                 | Universitas Islam Indonesia Yogyakarta |
| 5. Yunizar, SE., M.Sc., Ph.D.                 | Universitas Padjadjaran Bandung        |
| 6. Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D             | Universitas Islam Indonesia Yogyakarta |
| 7. Slamet Widodo, SE., MS., Ph.D.             | Universitas Bengkulu                   |
| 8. Dr. Fahrudin JS Pareke, SE., M.Si          |  |
| 9. Dr. Suherman, SE., M.Si.                   | Universitas Negeri Jakarta             |
| 10. Dr. Suharnomo, SE., M.Si.                 | Universitas Diponegoro Semarang        |
| 11. Dr. Ansir, SE., M.Si.                     | Universitas Haluuleo Kendari           |

Sekretaris Administrasi : Anggri Puspita Sari, SE., M.Si

Staf Administrasi : 1. Sefrianti Eka Putri, SE., M.Si.  
2.. Berto Usman, SE., M.Sc  
3. Fachri Eka Putra, SE., M.Sc

### Alamat Redaksi:

Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu  
Jl. WR. Supratman, Kota Bengkulu  
Telpon 0736-21170

# Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

ISSN 1978-3884



Volume 8, Nomor 1, April 2013

Rekonseptualisasi Konstruksi Orientasi Layanan Organisasi Pada Sektor Perbankan Kota Bengkulu 1-12

*Lizar Alfansi & Fachri Eka Saputra*

Revitalisasi Budaya Kerja untuk Menciptakan Kelestarian Lingkungan, Kemampuan Berwirausaha, Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Kawasan Hutan di Kabupaten Bengkulu Utara. 13-26

*Trisna Murni & Sri Warsono*

Pengaruh Manajemen Aset Terhadap Optimalisasi Aset Tetap (Tanah Dan Bangunan) Pemerintah Daerah (Studi Di Kota Bengkulu) 27-41

*Chairil Afandy*

Pengaruh Tiket *Online (E-Ticketing)* dan Harga Tiket Murah pada Penerbangan Lion Air terhadap Minat Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Bus PO. SAN Bengkulu 42-66

*Rina Suthia Hayu*

Pengaruh *Audit Delay, Size, Profitability*, dan *Age* terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia 67-79

*Muhammad Ikbal, Nurmadi Harsa, Berto Usman*

Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu (*Aplikasi Quality Function Deployment*) 80-93

*Angga Kurniawan & Syamsul Bachri*

Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Sikap pada Perubahan Organisasi:  
Komitmen Organisasi sebagai Intervening (Studi Empiris pada Lembaga  
Keuangan Syariah di Kota Bengkulu) 94-105

*Lisa Martiah Nila Puspita, Rosita*

Komitmen Organisasi, Desentralisasi dan Budaya Organisasi terhadap  
Hubungan Partisipasi Anggaran dengan Senjangan Anggaran 105-115

*Isma Coryanata*

**Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu  
Jl. WR. Supratman, Kota Bengkulu  
Telpon 0736-21170**

# PENGARUH TIKET *ONLINE* (*E-TICKETING*) DAN HARGA TIKET MURAH PADA PENERBANGAN LION AIR TERHADAP MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI BUS PO. SAN BENGKULU

Rina Suthia Hayu

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu

**Abstrak.** Indonesia's economy is increasingly uncertain, making hampered the economic activities. This condition is further exacerbated by rising fuel prices that are too high lead to an increase in the price of other goods. Therefore, it has impacts on the transportation entrepreneurs in particular transportation, which like the company's transportation business long-distance, inter-city bus suffered a sharp deterioration in the terms of the acquisition passengers. When we look at other factors that also trigger auto bus business slump was due to a price war with some airlines. Coupled facilities currently available online ticket booking service, known as E-ticketing, it is also quite a strike for auto bus transportation business. From the background of the problem, then the problem will be examined in this study is: How much the ticket online (*E-Ticketing*) and cheap tickets on Lion Air airlines influence does to the interests of consumers using bus transportation service of PO. SAN Bengkulu. This research is an explanation (explanatory research). The method of data collection was done by: 1. Studi literature, 2. Field studies. While the techniques of data collection is done in the following manner: 1. Interview, the data collection techniques by conducting direct interviews with owners transportation services of PO SAN Bengkulu. 2. Questionnaire, the data collection by deploying the question in the form of questionnaire. The sampling technique used was purposive sampling technique, which respondents are selected according to particular goals (Sugiyono, 2008:85), the samples were taken should the respondents who had used the transportation service PO. SAN and also never used the services of Lion Air airlines. Analysis method, which uses Qualitative Analysis and Quantitative Analysis comprising: Regression and Correlation Analysis, Testing Hypothesis (t test and f test). SPSS analysis of the results obtained by the value of descriptive statistics are: Average Consumer Interests (Y) is equal to 27.34 with a standard deviation of 0.3977 by the number responden 50 people. Adjusted R Square value of 0.547. This means that 54.7% Consumer Interests variables can be explained by the variable Tickets Online (X1), and Cheap Tickets (X2), while the rest (100% - 54.7% = 45.3%) is explained by causes other variables are not included in the regression model. Constant value of 4.337 states that if there is no variable Tickets Cheap Tickets Online and the interest of consumers to choose to use bus transportation services of SAN fixed at 4.337. Online Tickets regression coefficient of 0.301 (X1) can be interpreted that if every 1 unit increase in online tickets will increase by 0.301 units of Consumer Interests. Cheap Tickets regression coefficient of 0.422 (X2) can be interpreted that if every 1 unit increase in cheap tickets will increase consumer interest by 0.422 units. For multiple correlation coefficient (R) is equal to 0.772, which means there is a very strong influence between variables ticket online (X1) and cheap tickets (X2) on the flight Lion, the consumer interest (Y) in the transport services use

*the SAN, it also reinforced with a bus ticket sales declining SAN Lion since the flight ticket online and offering cheap tickets for passengers. From the t-test results found that: t-value variable Tickets Online for 3.53, where the coefficient  $3.53 > t\text{-table}$  ( $3.53 > 2.010$ ) means it can be said that the Online Ticket (X1) significantly affect the variable Consumer interest (Y). T-value of the variable count of 3,692, Cheap Tickets, where the coefficient  $3.692 > t\text{-table}$  ( $3.692 > 2.010$ ) meaning that it can be said that cheap ticket (X2) significantly influence consumer interest variable (Y). To F-test, viewed from the level of significance is 0.002 which is under 0.05, which also means  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted. Thus the results of the F-test can be seen that the independent variables (X1 and X2) simultaneously (together) affect the dependent variable (Y).*

**Keywords:** Ticket Online (E-Ticketing) on Lion Air, Cheap Tickets Prices on Lion Air, The Interests of Consumers on PO SAN.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Fenomena penduduk dewasa ini cukup mengkhawatirkan, penambahan penduduk yang tidak dapat dikendalikan menyebabkan penduduk di suatu negara semakin meningkat, seperti halnya Indonesia. Dengan bertambahnya penduduk, kebutuhan pun semakin bertambah. Interaksi dan sosialisasi dengan anggota masyarakat satu dengan yang lain pun semakin dibutuhkan. Dalam memenuhi kebutuhan itu, masyarakat memerlukan sarana dan prasarana yang menunjang. Dukungan pemerintah sangat diperlukan. Salah satu yang perlu perhatian pemerintah adalah sarana transportasi.

Namun seperti yang kita ketahui, kondisi perekonomian Indonesia yang semakin tidak menentu, menjadikan kegiatan perekonomian masyarakat terhambat pula. Kondisi ini semakin diperparah dengan naiknya harga Bahan Bakar Minyak yang terlalu tinggi mengakibatkan kenaikan harga pada barang kebutuhan lainnya. Maka dari itu, hal tersebut berimbas pada sarana transportasi khususnya pengusaha transportasi, yang mana, usaha transportasi seperti, perusahaan bus antar kota jarak jauh mengalami kemerosotan tajam dalam hal perolehan penumpang akibat dampak dari kenaikan harga BBM tersebut.

Akan tetapi, dalam hal ini kami mencoba untuk menganalisa permasalahan yang mengakibatkan usaha transportasi mengalami pailit. Karena dalam hal ini, kami melihat kenaikan harga BBM bukanlah satu – satunya penyebab pailitnya usaha transportasi. Namun ada hal lain di luar perhitungan para pengusaha transportasi sehingga para pengusaha transportasi mengalami keterseokan dalam menjalankan usahanya. Mengenai permasalahan kondisi ekonomi Indonesia yang mengalami krisis moneter yang berdampak luas terutama terhadap sektor industri (termasuk didalamnya transportasi) di atas.

Bila menilik pada faktor lain yang juga menjadi pemicu keterseokan usaha bus adalah karena adanya perang tarif dengan beberapa maskapai penerbangan. Perang tarif pesawat terbang didalam negeri tercatat mulai terjadi September tahun 2000 lalu. Diawali dengan hadirnya maskapai penerbangan Lion Air pada bulan Juni 2000, yang langsung mengebrak industri penerbangan nasional. Dengan menerapkan tarif penerbangan hingga mendekati separuh dari tarif yang

sebelumnya diberlakukan maskapai penerbangan nasional yang ada. Setelah itu, seiring dengan membaiknya kondisi perekonomian nasional, berbagai operator jasa penerbangan lain bermunculan, seolah berlomba memperebutkan pasar konsumen pemakai jasa angkutan udara.

Ditambah pula saat ini tersedia fasilitas layanan pemesanan tiket secara *online* atau yang dikenal dengan *E-Ticketing*, ini juga cukup menjadi serangan bagi usaha transportasi oto bus. Dengan layanan *E-Ticketing* ini, khususnya pada penerbangan Lion Air, sangat memberikan konsumen kemudahan untuk membeli dan melakukan booking atas tiket yang ingin dipesan secara *online*.

Berdasarkan uraian di atas maka, peneliti sangat tertarik melakukan penelitian mengenai apa yang terjadi atau dialami oleh pengusaha transportasi oto bus dengan adanya fenomena di atas. Adapun penelitian ini dilakukan pada usaha transportasi bus PO. SAN Bengkulu, dengan mengambil judul penelitian: **"Pengaruh Tiket Online (E-Ticketing) dan Harga Tiket Murah Pada Penerbangan Lion Air terhadap Minat Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Bus PO. SAN Bengkulu"**

### **Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar pengaruh adanya tiket *online* (*E-Ticketing*) dan harga tiket murah pada penerbangan Lion Air, terhadap minat konsumen menggunakan jasa transportasi bus PO. SAN Bengkulu.

### **Ruang Lingkup Penelitian**

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam penelitian ini, maka penulis hanya membatasi pada masalah tiket *online* (*E-Ticketing*), harga tiket murah, dan minat konsumen dalam menggunakan jasa transportasi bus PO. SAN Bengkulu.

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian ini untuk mengetahui: seberapa besar pengaruh tiket *online* (*E-Ticketing*) dan harga tiket murah pada penerbangan Lion Air, terhadap minat konsumen menggunakan jasa transportasi bus PO. SAN Bengkulu.

### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran khususnya mengenai pengaruh tiket *online* (*E-Ticketing*) dan harga tiket murah pada penerbangan Lion Air, terhadap minat konsumen menggunakan jasa transportasi bus PO. SAN Bengkulu.
2. Bagi pembaca diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh pengaruh tiket *online* (*E-Ticketing*) dan harga tiket murah pada penerbangan Lion Air, terhadap minat konsumen menggunakan jasa transportasi bus PO. SAN Bengkulu.
3. Bagi PO. SAN diharapkan dapat menjadi masukan untuk menentukan langkah-langkah dan strategi pengembangan usaha transportasi perusahaan ini kedepannya, sehingga dapat meningkatkan profit,



melakukan ekspansi, meningkatkan kesejahteraan stake holder dan mampu bersaing dengan usaha jasa transportasi lainnya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Pemasaran

*Marketing* atau pemasaran didefinisikan semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa produsen ke konsumen secara efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif (Alex S. Nitisemito, 1993:13). Menurut Philip Kotler (2002:5) Pemasaran adalah suatu sosial yang memberikan kepada individu dan kelompok apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk-produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.

### Konsep Pemasaran Jasa

Jasa menurut Kotler dan Armstrong (2002 : 83) adalah: “Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan sesuatu hal yang *intangible* (tidak berwujud) atau dapat pula dikatakan jasa adalah bersifat abstrak”.

### Tiket Online ( E-Ticketing)

Menurut Eros Kinska (2007,6) “tiket *Online* atau *E-ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket*”. Semua informasi mengenai *electronic ticketing* disimpan secara *digital* dalam sistem komputer milik *airline*. Sebagai bukti pengeluaran *E-Ticket*, pelanggan akan diberikan *Itinerary Receipt* yang hanya berlaku sebagai alat untuk masuk ke dalam bandara yang masih mengharuskan penumpang untuk membawa tanda bukti perjalanan. E-ticketing (ET) adalah peluang untuk meminimalkan biaya dan mengoptimalkan kenyamanan penumpang. E-ticketing mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan formulir kertas dan meningkatkan fleksibilitas penumpang dan agen perjalanan dalam membuat perubahan-perubahan dalam jadwal perjalanan.

*E-Ticketing* adalah suatu sistem untuk memudahkan orang untuk membeli tiket untuk berbagai acara semua dari satu situs web. Tiket dapat dibeli dengan cara ini dengan uang tunai, cek atau kredit / kartu debit. Orang tanpa akses ke internet dapat memesan tiket melalui internet publik di terminal atau perpustakaan di Pusat Informasi dan Visitor Centre.

Dengan tiket *online* tidak perlu menghabiskan waktu untuk mengkhawatirkan ‘keamanan’ tiket penerbangan nantinya. Lupakan resiko hilangnya tiket, dicuri, tertinggal, atau bahkan tercebur air. Bahkan *E-ticketing* memungkinkan konsumen membelikan tiket untuk kerabat pada saat mendadak. Kemudahan yang demikian ini, merupakan salah satu fasilitas layanan yang diberikan beberapa maskapai terhadap konsumennya.

### **Manfaat E-Ticketing**

E-ticketing menyediakan banyak manfaat diantaranya :

- a. **Biaya Simpanan** - Mengurangi biaya yang terkait dengan pencetakan dan mailing tiket-tiket ke pembeli. Menghilangkan atau mengurangi tiket untuk stok, amplop dan pos.
- b. **Buruh Simpanan** - Mengurangi tenaga kerja yang terkait dengan pencetakan dan mailing tiket.
- c. **Aman** - E-Tiket selamat dan aman. Barcode validasi menghilangkan kemungkinan palsu dan duplikat tiket.
- d. **Kehadiran sebenarnya (pelaporan)** - mengetahui berapa banyak e-tiket yang positif diambil.
- e. **Pengiriman Tiket Instant** - Pembeli senang bisa mencetak tiket mereka segera. Tidak perlu menunggu antrian saat membeli tiket. Pelanggan dapat mencetak tiket elektronik mereka segera setelah mereka membelinya.
- f. **Informasi tambahan** - E-Tiket menyediakan ruang untuk tambahan informasi seperti peta jalan, arah, dan lain informasi pelanggan yang mungkin perlu diketahui.
- g. **Periklanan** - E-Tiket menyediakan kemampuan unik periklanan. Meningkatkan pendapatan perusahaan dengan menawarkan ruang iklan pada web tiket.

### **Pengertian Harga**

Masalah kebijaksanaan penetapan harga merupakan hal yang kompleks dan rumit. Untuk itu dibutuhkan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat. Sebutan/istilah mengenai harga untuk berbagai produk tidak selalu sama dan dengan berbagai nama, Menurut Kotler ( 2002 : 518 ) bahwa harga ada di sekeliling kita.

Kita membayar sewa untuk apartemen, uang kuliah dan uang jasa untuk dokter atau dokter gigi. Perusahaan penerbangan, kereta api, taxi dan bis mengenakan ongkos; perusahaan pelayanan umum mengenakan tarif; dan bank mengenakan bunga atas uang yang anda pinjam. Menurut Basu Swastha (1998; 241) pengertian harga adalah " Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya."

### **Tujuan Penetapan Harga**

Dalam menetapkan harga, perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu tujuan dari penetapan harga itu sendiri. Makin jelas tujuannya, makin mudah harga ditetapkan. Pada dasarnya, tujuan penetapan harga dapat dikaitkan dengan laba atau volume tertentu. Tujuan ini harus selaras dengan tujuan pemasaran yang dikembangkan dari tujuan perusahaan secara keseluruhan.

### **Strategi Penetapan Harga Berdasarkan Nilai Pelanggan**

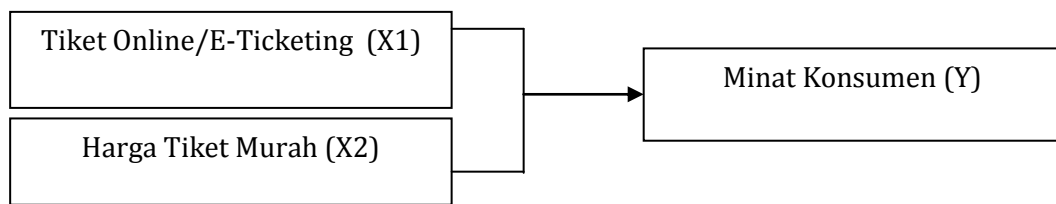
Dengan pendekatan value based pricing, banyak perusahaan yang berhasil membangun skema harga yang lebih baik dan lebih memahami apa-apa saja yang membuat konsumen bersedia merogoh koceknya. Dibalik berbagai tantangan yang

harus dihadapi perusahaan, ada beberapa cara untuk mengatasi hambatan-hambatan untuk menentukan kebijakan harga:

1. Fokus kepada Nilai Pelanggan
2. Memberikan Diferensiasi Pada Produk Dan Layanan
3. Mengerti dan Mengkomunikasikan Semua Sumber Nilai yang Potensial

### Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian untuk mendapatkan hasil yang maksimal serta mempermudah dalam penganalisaan, maka digunakan suatu kerangka pemikiran. Dalam penelitian ini kerangka pemikiran yang digunakan sebagai berikut:



**Gambar 1.**  
**Kerangka Pemikiran**

Gambar di atas menunjukkan bahwa variabel Tiket Online/E-Ticketing (X1) dan Harga Tiket Murah (X2) sebagai variabel independen berpengaruh terhadap Minat Konsumen (Y) sebagai variabel dependen.

### Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban sementara dari masalah yang diteliti dan masih diuji kebenarannya secara empiris (Nazir, 1999). Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan sebagai berikut: " Diduga bahwa tiket *online (E-Ticketing)* dan harga tiket murah pada penerbangan Lion Air, berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen menggunakan jasa transportasi bus PO. SAN Bengkulu".

### METODE PENELITIAN

#### Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini bersifat Penjelasan (*explanatory research*). Metode ini dimaksudkan menjelaskan hubungan antar variabel dengan melakukan pengujian hipotesis, sehingga dapat memberikan penjelasan yang nyata terhadap variabel-variabel yang akan diteliti.

#### Jenis Data dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (Kuncoro,2003;127) dilapangan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang kemudian diolah kembali oleh peneliti.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian, namun mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan diteliti. Data tersebut telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro,2003;127). Dalam penelitian ini data diperoleh dengan cara dari sumber-sumber yang

ada berupa buku-buku, literatur-literatur, data dari internet yang mendukung dalam penelitian ini.

### **Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengambilan data ini dilakukan dengan cara:

1. Studi Kepustakaan, yaitu dengan cara mempelajari buku-buku referensi, atau tulisan lainnya yang berhubungan dengan penelitian
2. Studi Lapangan, yaitu suatu metode pengumpulan data yang langsung bersumber pada objek yang diteliti. Sedangkan teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data adalah dengan cara:
  - a. Wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pemilik jasa transportasi PO. SAN Bengkulu.
  - b. Kuisisioner, yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan pertanyaan dalam bentuk kuisisioner. Dan skala yang digunakan adalah skala likert artinya untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial dalam Ridwan (2003;12), dengan alternatif jawaban dengan ketentuan sebagai berikut:
    - 1) Untuk jawaban 1, artinya jawaban sangat mendukung (skor = 5)
    - 2) Untuk jawaban 2, artinya jawaban mendukung (skor = 4)
    - 3) Untuk jawaban 3, artinya jawaban cukup mendukung (skor = 3)
    - 4) Untuk jawaban 4, artinya jawaban kurang mendukung (skor = 2)
    - 5) Untuk jawaban 5, artinya jawaban tidak mendukung (skor = 1)

### **Populasi**

Menurut Djarwanto dan Subagyo (1993;19) Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diduga. Berdasarkan definisi di atas maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi PO. SAN Bengkulu dan juga menggunakan jasa penerbangan Lion Air.

### **Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi, yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi Djarwanto dan Subagyo (1993;79). Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 50 orang.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling, yaitu responden yang dipilih sesuai dengan tujuan khusus penelitian (Sugiyono, 2008:85), yaitu sampel yang diambil harus responden yang pernah menggunakan jasa transportasi PO. SAN dan juga pernah menggunakan jasa penerbangan Lion Air. Hal ini bertujuan agar penelitian tepat sasaran dan sampel ini bersifat nonprobability sampling, yang artinya responden yang sudah mengisi 1 kuisisioner tidak boleh mengisi kuisisioner 2 kali.

### **Defenisi Konsepsional**

1. Menurut Eros Kinska (2007,6) tiket *Online* atau *E-ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan

pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket*”.

2. Menurut Basu Swastha (1998; 241) pengertian harga adalah jumlah uang ( ditambah beberapa barang kalau mungkin ) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

### Spesifikasi Variabel

1. Tiket *Online* atau *E-ticketing* adalah suatu cara yang digunakan oleh konsumen untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket* pada penerbangan Lion Air.
2. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh tiket perjalanan pada penerbangan Lion Air.

### Metode Analisa

#### Analisa Kualitatif

Analisis ini adalah analisa yang dilakukan dengan cara mempelajari literatur-literatur dan sumber-sumber data lainnya untuk dijadikan pedoman penelitian yang relevan yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan diteliti.

#### Analisa Kuantitatif

Analisis ini adalah analisa yang digunakan untuk membahas masalah yang dinamis dengan menggunakan data yang berupa angka-angka. Dalam hal ini penulis menggunakan alat analisa:

##### a. Analisa Regresi dan Korelasi Berganda

Alat Analisa ini dipakai untuk melihat pengaruh antara variabel tiket online dan harga tiket murah terhadap minat konsumen dengan menggunakan persamaan dari Suharsimi Arikunto (2006;301) sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = minat konsumen

b<sub>0</sub> = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi tiket online

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi harga tiket murah

X<sub>1</sub> = Variabel Sistem tiket online

X<sub>2</sub> = Variabel Sistem harga tiket murah

Untuk mengetahui hubungan variabel pengaruh dengan variabel terpengaruh secara serentak digunakan koefisien korelasi berganda (J.Supranto,1993;23)

$$R = \frac{\sum X_i \sum Y_i}{\sum X_i \sum Y_i}$$

Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui sumbangan masing-masing variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, 3, secara bersama-sama terhadap variabel Y dengan rumus:

$$r^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}$$

Untuk mengukur hubungan keeratan antar masing-masing variabel pengaruh dengan variabel terpengaruh, koefisien determinasi parsial dengan rumus

$$rY_{12} = \frac{rY_{12} - (rY_2 \cdot rY_{12})}{\sqrt{(1 - rY_2^2) - (1 - rY_{12}^2)}} \quad rY_{213} = \frac{rY_{23} - (rY_{13} \cdot r_{213})}{\sqrt{(1 - rY_{13}^2) - (1 - rY_{213}^2)}}$$

b. Uji Hipotesis

1. Penentuan uji statistik dengan menggunakan t-test (Suharsimi Arikunto, 2006;306)

$$t = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan:

T = nilai Observasi

bi = Koefisien Regresi

Sbi = Standar Deviasi Koefisien Regresi bi

2. Penentuan uji statistik dengan menggunakan Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel penjelas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Apabila nilai F lebih besar daripada nilai F tabel, maka variabel independen secara keseluruhan mempengaruhi variabel dependen. Nilai F dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (K - 1)}{(1 - R^2) / (N - K)}$$

Keterangan:

K = jumlah parameter yang diestimasi termasuk konstanta

N = jumlah pengamatan/sampel

Untuk pengujian dalam SPSS digunakan kriteria sebagai berikut:

- Jika angka signifikansi hasil penelitian < 0,05, maka hubungan kedua variabel signifikan.
- Jika angka signifikansi hasil penelitian > 0,05, maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif ini adalah suatu analisis yang memberikan gambaran obyek penelitian yang diformulasikan dalam bentuk tabel, yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan yang tepat. Melalui analisis ini jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden sebagai tanggapan terhadap pengaruh Tiket Online dan Tiket Murah Pada Penerbangan Lion Air Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Bus Po. SAN Bengkulu, yang dihitung kemudian ditabulasikan dan dipersentasikan.

### Karakteristik Responden

Kuisisioner disebarkan kepada seluruh sampel penelitian, yaitu sebanyak 50 kuisisioner. Dari 50 kuisisioner yang disebarkan kepada responden, kuisisioner yang kembali berjumlah 50 kuisisioner atau semua kuisisioner kembali 100 %.

## Penilaian Responden terhadap Masing-masing Atribut Pertanyaan Variabel Tiket Online (X1)

**Tabel 1.**  
**Penilaian Responden terhadap Pertanyaan Mengenai Setujukah Responden Pernah Menggunakan Fasilitas Tiket Online pada Penerbangan Lion**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	6	12
Netral	8	16
Tidak Setuju	36	72
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui ternyata 36 orang responden atau 72 % tidak pernah menggunakan fasilitas tiket *online* pada penerbangan Lion. Untuk jawaban netral ada 8 orang responden atau 16 % yang memilihnya. Dan ada 6 orang responden atau 12 % yang memilih setuju bahwa mereka pernah menggunakan fasilitas tiket *online* pada penerbangan Lion.

**Tabel 2.**  
**Penilaian Responden terhadap Pertanyaan Mengenai Apakah Responden Merasa Sangat Nyaman dan Praktis dengan Menggunakan Fasilitas Tiket Online pada Penerbangan Lion**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	3	6
Netral	20	40
Tidak Setuju	27	54
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 27 orang responden atau 54 % memilih jawaban tidak setuju, 20 orang responden atau 40 % memilih jawaban netral, dan ada 3 orang responden atau 6 % memilih jawaban setuju. Dan

tidak ada satu pun responden yang memilih jawaban sangat setuju dan sangat tidak setuju.

**Tabel 3.**  
**Penilaian Responden Mengenai Apakah Pembayaran Tiket Online Dilakukan Melalui Kartu Kredit (*Credit Card*)**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	3	6
Netral	13	26
Tidak Setuju	34	68
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan jawaban responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa 34 orang responden atau 68 % menjawab tidak setuju bahwa mereka melakukan pembayaran tiket *online* melalui kartu kredit. 13 orang responden atau 26 % memilih jawaban netral. Dan hanya 3 orang responden atau 6 % yang memilih jawaban setuju.

**Tabel 4.**  
**Penilaian Responden Mengenai Pembayaran Tiket *Online* melalui Atm**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	5	10
Netral	10	20
Tidak Setuju	35	70
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan jawaban responden pada tabel di atas, dapat diketahui ternyata mayoritas responden memilih jawaban tidak setuju bahwa mereka melakukan pembayaran tiket *online* melalui ATM, yaitu sebanyak 35 orang atau 70%. Hanya ada 5 orang responden atau 10 % yang memilih jawaban setuju.



**Tabel 5.**  
**Penilaian Responden Mengenai Apakah Pernah Mengalami Masalah (*Trouble*) Saat Melakukan Transaksi Tiket *Online* Lion Air**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	7	14
Netral	11	22
Tidak Setuju	32	64
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Dari hasil jawaban responden pada tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menjawab tidak setuju bila pernah mengalami masalah (*trouble*) saat melakukan transaksi Tiket Online Lion Air, yaitu sebanyak 32 orang atau 64%. 11 orang responden atau 22% memilih jawaban netral, 7 orang responden atau 14 % memilih jawaban setuju.

**Tabel 6.**  
**Penilaian Responden Mengenai Apakah Fasilitas Tiket *Online* adalah Faktor Utama yang Menyebabkan Responden Memilih Menggunakan Penerbangan Lion**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	1	2
Netral	13	26
Tidak Setuju	36	72
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden memilih jawaban tidak setuju jika fasilitas tiket online adalah faktor utama yang menyebabkan mereka lebih memilih menggunakan penerbangan Lion, yaitu sebanyak 36 orang atau 72 %. Untuk jawaban netral dipilih oleh 13 orang responden atau sebanyak 26 %. Dan untuk pilihan jawaban setuju hanya dipilih oleh 1 orang responden atau 2%.

**Tabel 7.**  
**Penilaian Responden Mengenai Lebih Memilih Menggunakan Tiket *Online***  
**daripada Pemesanan Tiket Secara Manual dengan Mendatangi Loket Lion Air**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	3	6
Netral	9	18
Tidak Setuju	38	76
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui ternyata 38 orang responden atau 76% memilih jawaban tidak setuju jika mereka lebih memilih menggunakan tiket *online* daripada pemesanan tiket secara manual dengan mendatangi loket lion air, 9 orang responden atau 18 % memilih jawaban netral, dan hanya 3 orang responden atau 6 % yang memilih jawaban setuju. sedangkan untuk jawaban sangat setuju dan sangat tidak setuju, tidak ada respon yang memilihnya.

#### **Penilaian Responden terhadap Masing-masing Atribut Pertanyaan Variabel Tiket Murah (X2)**

**Tabel 8.**  
**Penilaian Responden Mengenai Apakah Responden Tertarik dengan**  
**Tiket Promo yang Ditawarkan oleh Penerbangan Lion Air**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	2	4
Setuju	44	88
Netral	4	8
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui mayoritas responden yaitu 44 orang atau 88 % memilih setuju, bahwa sangat tertarik dengan tiket promo yang ditawarkan oleh penerbangan Lion. 4 orang responden atau 8 % memilih jawaban netral, dan 2 orang responden atau 4 % memilih jawaban sangat setuju.

**Tabel 9.**  
**Penilaian Responden Mengenai Harga Tiket Murah Menjadi Incaran Utama**  
**Dalam Memilih Penerbangan Lion Air**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	8	16
Setuju	42	84
Netral	0	0
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Berdasarkan jawaban responden di atas, dapat dilihat ternyata hampir seluruh responden memilih jawaban setuju, yaitu sebanyak 42 orang atau 84%. Dan tidak satu pun responden memilih jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

**Tabel 10.**  
**Penilaian Responden Mengenai Membandingkan Harga Tiket SAN dengan**  
**Harga Tiket Lion Air Sebelum Melakukan Transaksi Pembelian Tiket**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	44	88
Netral	6	12
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Dari hasil jawaban responden di atas dapat dilihat bahwa 44 orang responden atau 88% memilih jawaban setuju, dan 6 orang responden atau 12 % memilih jawaban netral. Dan untuk pilihan jawaban sangat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang memilihnya.

**Tabel 11.**  
**Penilaian Responden Mengenai Lebih Nyaman Menggunakan Jasa Penerbangan Lion Dibanding Menggunakan Bus SAN Hanya karena Faktor Harga yang Relatif Berbeda Sedikit**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	30	60
Netral	6	12
Tidak Setuju	14	28
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Dari hasil jawaban responden di atas, dapat diketahui ada 30 orang responden atau 60 % yang memilih jawaban setuju, 14 orang responden atau 28 % memilih jawaban tidak setuju, dan 6 orang responden atau 12 % memilih jawaban netral. Sedangkan untuk pilihan jawaban sangat setuju dan sangat tidak setuju tidak ada responden yang memilihnya.

**Tabel 12.**  
**Penilaian Responden Mengenai Harga Tiket Pesawat Lion Air Murah atau Mahal tidak Menjadi Masalah Bagi Responden**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	30	60
Netral	15	30
Tidak Setuju	5	10
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa 30 orang responden atau 60 % menyatakan setuju mengenai harga tiket pesawat Lion air murah atau mahal tidak menjadi masalah bagi mereka. 15 orang responden atau 30 % lebih memilih jawaban netral. dan 5 orang responden atau 10 % memilih jawaban tidak setuju. sedangkan untuk jawaban sangat setuju dan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang memilihnya.

**Tabel 13.**  
**Tanggapan Responden Apabila Penerbangan Lain Menawarkan Harga Tiket yang Lebih Murah, Maka Responden akan Beralih Ke Penerbangan tersebut.**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	7	14
Setuju	20	40
Netral	5	10
Tidak Setuju	18	36
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Berdasarkan jawaban responden di atas maka diketahui ada 7 orang responden atau 14 % yang memilih jawaban sangat setuju, bahwa apabila penerbangan lain menawarkan harga tiket yang lebih murah, maka mereka akan beralih ke penerbangan tersebut. 20 orang atau 40% memilih jawaban setuju, untuk jawaban netral ada 5 orang responden atau 10 % yang memilihnya, dan untuk jawaban tidak setuju ada 18 orang responden atau 36% yang memilih.

**Tabel 14.**  
**Tanggapan Responden untuk Tujuan Perjalanan Antar Sumatera, Responden Masih Memilih Menggunakan Jasa Transportasi Bus SAN dengan Harga yang telah Ditentukan**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	0	0
Setuju	36	72
Netral	9	18
Tidak Setuju	5	10
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Berdasarkan jawaban responden di atas, dapat diketahui ternyata ada 36 orang responden atau 72% yang memilih setuju, 9 orang responden atau 18% memilih jawaban netral dan ada 5 orang responden atau 10% yang memilih jawaban tidak setuju bila mereka memilih menggunakan jasa transportasi bus SAN untuk tujuan perjalanan antar sumatera dengan harga yang telah ditentukan.

## Penilaian Responden Terhadap Masing-masing Atribut Pertanyaan Variabel Minat Konsumen (Y)

**Tabel 15.**  
**Tanggapan Responden Mengenai Adanya Fasilitas Tiket Online pada Penerbangan Lion, Menurunkan Minat Responden untuk Menggunakan Jasa Bus SAN Bengkulu**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	7	14
Setuju	37	74
Netral	6	12
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Dari jawaban responden di atas, dapat diketahui ternyata mayoritas responden menjawab setuju bahwa dengan adanya fasilitas tiket online pada penerbangan lion, menurunkan minat mereka untuk menggunakan jasa bus SAN, yaitu sebanyak 37 orang atau 74 %. Untuk jawaban sangat setuju dipilih sebanyak 7 orang responden atau 14% dan yang memilih netral ada 6 orang responden atau 12%.

**Tabel 16.**  
**Tanggapan Responden Mengenai Seringnya Lion Air Menawarkan Tiket Promo yang Jauh Lebih Murah, Membuat Minat Responden Menurun untuk Menggunakan Jasa Bus SAN Bengkulu**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	7	14
Setuju	42	84
Netral	1	2
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan jawaban responden pada tabel di atas dapat diketahui ternyata mayoritas responden memilih jawaban setuju atas pertanyaan mengenai seringnya lion air menawarkan tiket promo yang jauh lebih murah, membuat minat responden menurun untuk menggunakan jasa bus SAN bengkulu, ini ditunjukkan dengan jumlah responden yang memilih setuju yaitu sebesar 42 orang atau 84%. Untuk jawaban sangat setuju dipilih sebanyak 7 orang responden atau 14 %, dan netral hanya 1 orang atau 2 % saja.

**Tabel 17.**  
**Tanggapan Responden Mengenai Adanya Faktor Lain yang Menyebabkan**  
**Responden Tetap Memilih Menggunakan Jasa Penerbangan Lion Selain**  
**Faktor Tiket *Online* dan Harga Tiket Yang Murah**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	5	10
Setuju	35	70
Netral	10	20
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan jawaban responden pada tabel di atas dapat dilihat bahwa ada 5 orang responden atau 10 % yang memilih jawaban sangat setuju, 35 orang atau 70% memilih jawaban setuju mengenai adanya faktor lain yang menyebabkan mereka tetap memilih menggunakan jasa penerbangan Lion selain faktor tiket *online* dan harga tiket yang murah. Dan ada 10 orang responden atau 20 % yang memilih jawaban netral.

**Tabel 18.**  
**Tanggapan Responden Mengenai Sampai Saat Ini Lebih Memilih**  
**Menggunakan Jasa Bus SAN Bengkulu Dibandingkan Penerbangan Lion**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	4	8
Setuju	12	24
Netral	8	16
Tidak Setuju	26	52
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : data Primer diolah, 2013

Berdasarkan jawaban responden di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memilih jawaban tidak setuju bila mereka sampai saat ini lebih memilih menggunakan jasa bus SAN Bengkulu dibandingkan menggunakan penerbangan Lion yaitu sebanyak 26 orang atau 52 %. Ada 8 orang responden yang lebih memilih jawaban netral, atau sebanyak 16 %. Untuk jawaban setuju dipilih oleh 12 orang responden atau 24 %, dan untuk jawaban sangat setuju dipilih oleh 4 orang responden atau 8 %.

**Tabel 19.**  
**Penilaian Responden untuk Pengiriman Paket/Barang Antar Pulau Sumatera, Lebih Memilih Jasa Bus SAN Dibanding Jasa Penerbangan Lion**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	3	6
Setuju	35	70
Netral	9	18
Tidak Setuju	3	6
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa 35 orang responden atau 70 % menyatakan setuju untuk memilih pengiriman paket/barang antar pulau Sumatera, menggunakan jasa bus SAN dibanding menggunakan penerbangan Lion. 9 orang responden atau 18 % lebih memilih jawaban netral. 3 orang responden atau 6 % memilih jawaban tidak setuju. Dan 3 orang responden juga atau 6 % yang memilih jawaban sangat setuju.

**Tabel 20.**  
**Tanggapan Responden Mengenai Rasa Lebih Nyaman dan Aman Bila Menggunakan Jasa Transportasi Bus San**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	3	6
Setuju	46	92
Netral	1	2
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Berdasarkan jawaban responden di atas maka diketahui ada 3 orang responden atau 6 % yang memilih jawaban sangat setuju, bahwa mereka merasa lebih nyaman dan aman bila menggunakan jasa transportasi bus SAN, 46 orang atau 92 % memilih jawaban setuju, untuk jawaban netral hanya ada 1 orang responden atau 2 % yang memilihnya, dan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju, tidak ada responden yang memilihnya.



**Tabel 21.**  
**Tanggapan Responden Mengenai Rasa Lebih Nyaman dan Aman Bila Menggunakan Penerbangan Lion**

Tanggapan Responden	Jumlah Responden (orang)	Persentase
Sangat Setuju	10	20
Setuju	33	66
Netral	7	14
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data Primer diolah, 2013*

Dari jawaban responden pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa 33 orang responden atau 66% memilih setuju bahwa mereka merasa lebih nyaman dan aman bila menggunakan penerbangan Lion, 10 orang responden atau 20 % dari mereka memilih jawaban sangat setuju, dan ada 7 orang responden atau 14 % yang memilih jawaban netral.

#### **Analisis Kuantitatif**

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner dan kemudian dilakukan penganalisaan dengan menggunakan analisis regresi dan korelasi berganda, juga uji t, menggunakan SPSS versi 15, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

#### **Analisis Descriptive Statistic**

**Tabel 22.**  
**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
MINAT KONSUMEN (Y)	27.3400	.39770	50
TIKET ONLINE ( X1)	16.98	.310	50
TIKET MURAH (X2)	26.5800	.43170	50

*Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)*

Dari tabel di atas terlihat bahwa:

- Rata-rata Minat Konsumen (Y) adalah sebesar 27,34 dengan standar deviasi 0,3977 dengan jumlah responden 50 orang.
- Rata-rata Tiket Online (X1) adalah sebesar 16,98 dengan standar deviasi 0,310 dengan jumlah responden 50 orang.
- Rata-rata Tiket Murah (X2) adalah sebesar 26,58 dengan standar deviasi 0,4317 dengan jumlah responden 50 orang.

#### **Analisis Regresi Berganda**

Dari data yang telah diolah dengan menggunakan program SPSS, maka hasilnya dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 23.**  
**Model Summary Variabel X**  
**Adjusted R Square, Std Error Of The Estimate**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	R Square Change	F Change	df1	df2
1	.772(a)	.591	.547	.29210

a. Predictors: (Constant), Tiket Online(X1), Tiket Murah(X2)

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Dalam teori diketahui bahwa untuk suatu regresi yang menggunakan satu variabel bebas maka determinasi yang digunakan adalah nilai **R** nya. Sedangkan penelitian yang lebih dari satu variabel bebas atau independennya maka digunakan *Adjusted R Square*. Dalam penelitian ini nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,547.

Hal ini berarti 5,7% variabel Minat Konsumen bisa dijelaskan oleh variabel Tiket *Online* (X1), dan Tiket Murah (X2), Sedangkan sisanya (100% - 54,7% = 45,3%) dijelaskan oleh sebab-sebab variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Semakin tinggi nilai *Adjusted R Square*, maka semakin baik model regresi, karena variabel bebas bisa menjelaskan variabel tidak bebas lebih besar.

**Tabel 24.**  
**Coefficients (A)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	Zero-order	Partial
1	(Constant)	4.337	.488		.110	.000
	TIKET ONLINE (X1)	.301	.053	.100	3.353	.012
	TIKET MURAH (X2)	.422	.116	.114	3.692	.028

a. Dependent Variable: Minat Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,337 + 0,301 X1 + 0,422 X2$$

Dimana:

Y = Minat Konsumen

X1 = Tiket Online

X2 = Tiket Murah

Dengan melihat tabel di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 4,337 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel Tiket Online dan Tiket Murah maka Minat konsumen untuk memilih menggunakan jasa transportasi bus SAN tetap sebesar 4,337.

2. Nilai koefisien Regresi Tiket Online sebesar 0,301 (X1) dapat diartikan bahwa apabila setiap peningkatan 1 satuan tiket online akan menambah Minat Konsumen sebesar 0,301 satuan.
3. Nilai koefisien Regresi Tiket Murah sebesar 0,422 (X2) dapat diartikan bahwa apabila setiap peningkatan 1 satuan tiket murah akan menambah minat konsumen sebesar 0,422 satuan.

### Analisis Korelasi

Untuk koefisien korelasi berganda ( R ) adalah sebesar 0,772 yang artinya terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel tiket online (X1) dan tiket murah (X2) pada penerbangan Lion, terhadap minat konsumen (Y) dalam menggunakan jasa transportasi SAN, hal ini juga diperkuat dengan hasil penjualan tiket bus SAN yang semakin menurun semenjak adanya penerbangan Lion yang menawarkan tiket online dan tiket murah bagi calon penumpang. Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel penulis memberikan kriteria sebagai berikut (Sarwono:2006):

- 0 : Tidak ada korelasi antara dua variabel
- >0,25 – 0,5: Korelasi cukup kuat
- >0,75 – 0,99: Korelasi sangat kuat
- >0 – 0,25: Korelasi sangat lemah
- >0,5 – 0,75: Korelasi kuat
- 1: Korelasi sempurna

### Uji Hipotesis

#### A. Uji "t"

Dari hasil uji-t diketahui bahwa:

1. Nilai t-hitung variabel Tiket Online sebesar 3,53, dimana koefisien  $3,53 > t\text{-tabel}$  ( $3,53 > 2,010$ ) artinya dapat dikatakan bahwa Tiket Online (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Konsumen (Y).
2. Nilai t-hitung variabel Tiket Murah sebesar 3,692 dimana koefisien  $3,692 > t\text{-tabel}$  ( $3,692 > 2,010$ ) artinya dapat dikatakan bahwa Tiket murah (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat konsumen(Y).

Jika dilihat dari kolom signifikansi, didapat probabilitas variabel hubungan kerja (X1 dan X2) adalah sebesar 0,012 dan 0,028. Dimana probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya pada uji-t variabel independen (variabel X1 dan X2) menunjukkan pengaruh yang signifikan.

#### • Uji "F"

**Tabel 25.**  
**Anova (B)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.028	2	.514	21.556	.002(a)
Residual	80.192	47	1.706		
Total	81.220	49			

A Predictors: (Constant), Tiket Online, Tiket Murah

B Dependent Variable: Minat Konsumen

Dari tabel ANOVA di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 21,556 dengan df1 (derajat kebebasan pembilang) = 2 dan df2 (derajat kebebasan penyebut) = 47. Pada kolom signifikansi didapat nilai 0,002 hal ini untuk menguji hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak dengan melihat nilai signifikansi tersebut.

Jika dilihat dari tingkat signifikansinya yaitu 0,002 yang berada di bawah 0,05 yang berarti pula  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dari hasil uji F ini dapat diketahui bahwa variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen ( $Y$ ).

### KESIMPULAN

Dari hasil jawaban responden dan analisis data yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel Tiket Online ( $X_1$ ) atribut pertanyaan nomor dua adalah pertanyaan dengan jumlah angka tertinggi yaitu sebesar 126. Dimana responden sebanyak 27 orang atau 54 % memilih tidak setuju bila mereka merasa sangat nyaman dan praktis dengan menggunakan fasilitas Tiket Online pada penerbangan Lion.
2. Pada variabel Tiket Murah ( $X_2$ ) atribut pertanyaan nomor dua adalah pertanyaan dengan jumlah angka tertinggi yaitu sebesar 208. Dimana mayoritas responden sebanyak 42 orang atau 84 % memilih setuju bahwa harga tiket murah menjadi incaran utama mereka dalam memilih penerbangan Lion.
3. Untuk variabel Minat Konsumen ( $Y$ ) atribut pertanyaan nomor dua, juga memiliki jumlah angka tertinggi yaitu sebesar 206. Sebanyak 42 orang responden atau 84 % memilih setuju bahwa seringkali Lion Air menawarkan tiket promo yang jauh lebih murah, membuat minat responden menurun untuk menggunakan jasa bus SAN Bengkulu. Hal ini sejalan dengan jawaban responden pada kesimpulan sebelumnya untuk variabel tiket murah ( $X_2$ ).
4. Dari hasil analisis SPSS diperoleh nilai descriptive statistics yaitu: Rata-rata Minat Konsumen ( $Y$ ) adalah sebesar 27,34 dengan standar deviasi 0,3977 dengan jumlah responden 50 orang.
5. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,547. Hal ini berarti 5,7% variabel Minat Konsumen bisa dijelaskan oleh variabel Tiket Online ( $X_1$ ), dan Tiket Murah ( $X_2$ ), Sedangkan sisanya ( $100\% - 54,7\% = 45,3\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.
6. a). Nilai konstanta sebesar 4,337 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel Tiket Online dan Tiket Murah maka Minat konsumen untuk memilih menggunakan jasa transportasi bus SAN tetap sebesar 4,337.  
b). Nilai koefisien Regresi Tiket Online sebesar 0,301 ( $X_1$ ) dapat diartikan bahwa apabila setiap peningkatan 1 satuan tiket online akan menambah Minat Konsumen sebesar 0,301 satuan.  
c). Nilai koefisien Regresi Tiket Murah sebesar 0,422 ( $X_2$ ) dapat diartikan bahwa apabila setiap peningkatan 1 satuan tiket murah akan menambah minat konsumen sebesar 0,422 satuan.
7. Untuk koefisien korelasi berganda ( $R$ ) adalah sebesar 0,772 yang artinya terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel tiket online ( $X_1$ ) dan tiket murah ( $X_2$ ) pada penerbangan Lion, terhadap minat konsumen ( $Y$ ) dalam menggunakan jasa transportasi SAN, hal ini juga diperkuat dengan hasil penjualan tiket bus SAN yang semakin menurun semenjak adanya penerbangan Lion yang menawarkan tiket online dan tiket murah bagi calon penumpang.

8. Dari hasil uji-t diketahui bahwa:
  - Nilai t-hitung variabel Tiket Online sebesar 3,53, dimana koefisien  $3,53 > t\text{-tabel } (3,53 > 2,010)$  artinya dapat dikatakan bahwa Tiket Online (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Konsumen (Y).
  - Nilai t-hitung variabel Tiket Murah sebesar 3,692 dimana koefisien  $3,692 > t\text{-tabel } (3,692 > 2,010)$  artinya dapat dikatakan bahwa Tiket murah (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat konsumen(Y).

Jika dilihat dari kolom signifikansi, didapat probabilitas variabel hubungan kerja (X1 dan X2) adalah sebesar 0,012 dan 0,028. Dimana probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05. Artinya pada uji-t variabel independen (variabel X1 dan X2) menunjukkan pengaruh yang signifikan.
9. Untuk Uji F, dilihat dari tingkat signifikansinya yaitu 0,002 yang berada di bawah 0,05 yang berarti pula  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dari hasil uji F ini dapat diketahui bahwa variabel independen (X1 dan X2) secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel dependen (Y).

### SARAN

1. Bila dilihat dari hasil jawaban responden untuk variabel minat konsumen (Y) atribut pertanyaan nomer 3 memiliki jumlah skor paling rendah, yaitu dengan skor 195. Artinya dari 35 responden atau 70 % yang memilih setuju dan 5 orang atau 10 % memilih sangat setuju bahwa ada faktor lain yang menyebabkan responden tetap memilih menggunakan jasa penerbangan Lion selain faktor tiket *online* dan harga tiket yang murah. Ini seharusnya menjadi strategi dan peluang bagi PO SAN untuk mampu bersaing dan menangkap peluang-peluang tersebut sehingga lebih dapat mengembangkan usaha jasa transportasinya ke depan. Mengingat dulu sebelum masuknya Lion Air ke Bengkulu, PO SAN mampu melakukan penjualan tiket jauh lebih banyak dibanding setelah Lion Air masuk ke Bengkulu. Strategi-strategi pemasaran yang dilakukan hendaknya mampu menciptakan loyalitas bagi pelanggan SAN.
2. Minat konsumen untuk tetap memilih jasa transportasi PO SAN dapat diperkuat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,547. Hal ini berarti 5,7% variabel Minat Konsumen bisa dijelaskan oleh variabel Tiket *Online* (X1), dan Tiket Murah (X2), Sedangkan sisanya ( $100\% - 54,7\% = 45,3\%$ ) dipengaruhi faktor selain X1 dan X2. Artinya faktor lain yang sebesar 45,3 % ini hendaknya betul-betul dimanfaatkan dan dikemas baik oleh PO SAN dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumennya yang diantaranya dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas armada yang digunakan (seperti; fasilitas dalam bus meliputi AC, toilet bus, ruang bus yang nyaman, bersih, wangi, sopir yang lebih terampil/terlatih) ataupun pelayanan prima lainnya baik meliputi pra penggunaan jasa PO SAN (seperti; mampu penyediaan fasilitas pemesanan tiket bus juga secara online dan bisa dilakukan pembayaran melalui e-banking, credit card maupun ATM) sertapeningkatan pelayanan pasca penggunaan jasa PO SAN (seperti;

hubungan yang dibina secara berkelanjutan dengan para konsumen agar tetap menjadi pelanggan yang loyal dalam menggunakan jasa PO SAN).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito, (1993), *Manajemen Personalia*. Ghalia, Indonesia.
- Djarwanto PS dan Subagyo Pangestu, (1993), *Statistik Induktif*, Penerbit BPFE Yogyakarta.
- Eros Kinska, (2007), *Penerapan E-Ticketing dalam Bidang Transportasi Udara*., Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, (2003) *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kotler dan Armstrong, (terjemahan Alexander Sindoro), (2002), *Dasar-dasar Pemasaran*. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2000), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Indonesia, Edisi Milenium, Edisi Kesepuluh, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Nazir. M, (1999) *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Ridwan, (2003), *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Suharsimi, (2006), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta. Bandung.
- Supranto,J (1993). *Statistik Teori dan Aplikasi Jilid I dan II*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu. (1998), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty. Yogyakarta.